

ABSTRAK

Nadia Dwilistya Putri, 111211132090, Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Indiehome di Surabaya, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya, 2016, xix+ 90 Halaman+ 10 Lampiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini memiliki dua variabel bebas, yaitu kualitas layanan dan citra merek serta satu variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan. Subjek penelitian ini adalah Pelanggan jasa layanan Telkom Indiehome di Surabaya.

Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling, dimana tidak semua individu dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel. Jumlah subjek dalam penelitian ini adalah 100 orang pelanggan Telkom Indiehome di Surabaya. Alat pengumpul data untuk variabel kualitas layanan disusun oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), variabel citra merek disusun oleh Hariri dan Vazifehdust (2010), serta variabel loyalitas pelanggan disusun oleh Jones dan Taylor (2007).

Analisa data dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi berganda (multiple correlation) dengan bantuan program IBM SPSS 21,0 for windows. Dari hasil analisa data diperoleh hasil bahwa variabel kualitas layanan dan citra merek secara bersama-sama memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan. Prosentase sumbangan variabel kualitas layanan dan citra merek pada loyalitas pelanggan ditemukan sebesar 46,8%, sementara sisanya 53,2% dijelaskan oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *kualitas layanan, citra merek, loyalitas pelanggan.*

Daftar Pustaka, 77 (1988-2016)

ABSTRACT

Nadia Dwilistya Putri, 111211132090, The Relationship Between Service Quality and Brand Image with Customer Loyalty Telkom Indiehome Surabaya, Undergraduate Thesis, Faculty of Psychology Airlangga University Surabaya, 2016, xix+ 90 Halaman+ 10 Appendixes

The aims of this study is to determine the relationship between service quality and brand image on customer loyalty. This study has two independent variables and a dependent variable. The independent variables are service quality and brand image. Whereas, the dependent variable is customer loyalty. The subject of this study is the customer of Telkom Indiehome in Surabaya.

This study used non-probability sampling as the sampling technique. It means that not all individuals in the population have an equal opportunity to be a sample. The number of subjects in this study is 100 customers of Telkom Indiehome in Surabaya. The data collection tool for service quality variable is arranged by Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1998), brand image variable are arranged by Hariri and Vazifehdust (2010), and customer loyalty variable are arranged by Jones and Taylor (2007).

The techniques of data analysis in this study are multiple correlation with the help of IBM program SPSS 21.0 for Windows. The result of data analysis showed that the variables of service quality and brand image have a relationship with customer loyalty. The percentage contribution of the variable quality of service and brand image in customer loyalty was found to be 46.8%, while the remaining 53.2% is explained by variables that are not included in this study.

Keywords: *service quality, brand image, customer loyalty*

References, 77 (1988-2016)